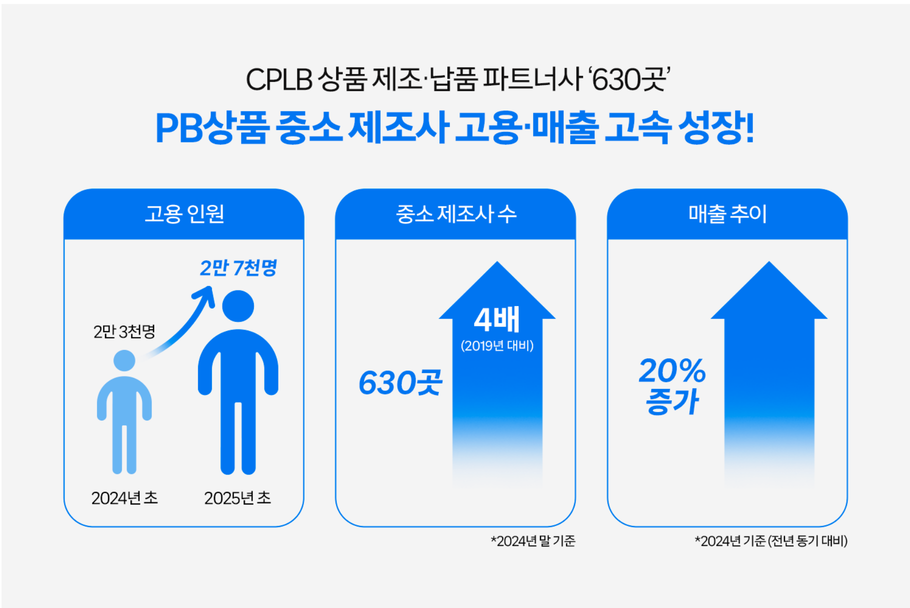

coupang newsroom

價格實惠的秘密：CPLB與中小企業製造商的共生之道

2025. 6. 6.

能以合理的價格購買好商品，是讓每個人都開心的事。Coupang酷澎自有品牌CPLB（Coupang Private Label Brands）讓這樣期待變成可能。CPLB與全國各地的中小型製造商簽訂大量採購合約，縮減商品流通過程，確保價格競爭力。製造商們則能藉由Coupang酷澎穩定地接觸到更多的消費者，實現銷售成長。從只供應批發市場的蔬菜業者，到因通路受限而感到無助的人參農家，他們都透過CPLB找到了全新的機會。本篇文章將帶您一起了解CPLB與中小製造商共生共贏的旅程。

一起創造、一起成長：CPLB開啟的共生之路

CPLB是Coupang酷澎推出的自有品牌，販售生活必需品、食品、家電、服飾等商品，致力於以合理的價格提供高品質的商品。在物價上漲的時代背景下， CPLB以「高品質、高CP值」的品牌形象，成功吸引消費者目光，減輕顧客的日常購物負擔。自2017年推出首個品牌Tamsa以來，CPLB持續擴展出Gomgom、Comet、Vitahalo等多個品牌。

Coupang酷澎CPLB能同時實現「合理價格」與「高品質」這兩個目標，其背後有一個關鍵秘訣：CPLB商品是由Coupang酷澎與中小製造商共同打造的。兩方企業共同規劃商品後，由中小製造商負責生產，Coupang酷澎則以大量直接採購的方式進貨並銷售給顧客。對製造商而言，能夠穩定大量生產，有效降低生產成本，這正是合理價格的來源。

截至去年年底，透過CPLB生產並供貨的中小製造商合作夥伴數量達到630家，與2019年的160家相比，增加了約4倍。隨著合作廠商數量增加，僱用人數也同步成長，進一步促進了地方就業。截至今年2月止，與CPLB合作的中小製造商僱用人數約為2.7萬人，較2022年初成長了64%。

值得關注的是，與製造商數量的增長率相比，僱用人數的增幅更為顯著。這是因為這些製造商為了生產自有品牌 商品，紛紛加大投資、擴大產能，因此僱用了更多人力的緣故。

例如，去年初時CPLB新增長約100家中小製造商合作夥伴，新增就業人數為3,000人；而在最近一年中，雖然新增廠商數為80家，但新增僱用人數則為4,000人。相較於韓國統計廳去年公佈的全國就業人數數據，年增率僅為0.6%， CPLB與中小製造商的僱用人數成長速度可謂相當驚人。

位於京畿道華城市的食品製造商「Playground Company」的員工們。Playground Company所生產的商品，如Gomgom高湯包、蒟蒻果凍、Vitahalo石榴膠原蛋白飲，因廣受消費者喜愛，業績呈現直線成長。

隨著就業人數的增加，製造商的營業額也顯著成長。食品製造商Playground Company的年營業額從2019年的80億韓元，去年增長至200億韓元。在同一期間，員工人數也從15人增加到35人。Playground Company代表姜信榮表示，自從開始供應CPLB以來，工廠的開工率一直維持在最高水準，並預測今年銷售額將達到300億韓元。

「像自然一樣」代表嚴泰熙

位於忠北鎮川的香草農場「像自然一樣」在成為CPLB品牌Gomgom蔬菜供應商後，年營業額相比創業第一年時成長超過30倍。這家公司原本是將蔬菜直接販售給批發市場的小型商家。

他們與全國各地的農家簽訂契作合約，以確保部分所需的生產量，所謂的契作，是指業者與農家事前就品質、數量與價格等達成協議，進而安排農作物的生產。若沒有穩定且可預測的需求，這種方式是很難實行的。儘管近年來極端氣候頻發導致許多農水產業者陷入困境，「像自然一樣」仍能穩定持續進行契作。透過向Gomgom品牌供貨，他們提高了對銷量與營收的預測精準度，即使在惡劣天氣條件下，也能確保70~80%以上的供貨量。合作農家所受到的衝擊也會相對較小。

過去只供應批發市場時，對銷量和銷售總是感到不安，但與Coupang酷澎合作後，銷售由Coupang酷澎處理，他們持續專注提升產品品質。如今，「像自然一樣」已建立一座約3,000坪規模的自營農場，能夠向顧客提供更加新鮮、優質的蔬菜商品。

媲美高端品牌的新銳CPLB美妝品牌誕生

CPLB「ELLEPARIS」 PDRN 膠原蛋白護膚系列

CPLB近期也加速推進美妝自有品牌事業。自去年7月起持續進行商品研發，以來自法國的高價原料為基礎，打造兼具高品質與高CP值的全新商品。CPLB與中小型製造商共同研發出了媲美高端美妝品牌的優質產品，並透過CPLB的人氣品牌「ELLEPARIS」推出了全新的美妝系列產品。

這也為面臨經濟不景氣的中小企業們帶來了嶄新的轉機。為了選定CPLB 的合作企業，Coupang酷澎進行了嚴格的公開招標。最終，擁有優秀技術力與價格競爭力的中小企業，如PFNature、David化妝品等得以脫穎而出，擊敗大型製造商，成為 CPLB 的正式合作夥伴。

CPLB ELLEPARIS Eau thermale Greem barley潔顏系列

PFNature代表楊智慧表示，「雖然過去成功生產高品質產品，但因大型通路上的高額手續費及品牌知名度不足，一直難以取得顯著成果。」她也說，「透過與Coupang酷澎的合作，終於有機會更上一層樓，對此感到非常欣喜。」

David化妝品代表李康旭也表示，「在長期不景氣的經濟環境下，許多新興品牌即使耗時數月精心推出新產品，也無法引起消費者關注，連初期開發成本都無法回收便黯然退場。因此，

我對未來與Coupang酷澎的合作抱持極大期待。」

由CPLB與中小型製造商共同開發的ELLEPARIS護膚系列，目前全品項皆以4,900~11,900韓元的合理價格銷售，並成功帶給顧客高度滿意的使用體驗。未來，製造商將持續專注於產品研發，而CPLB則會全面負責行銷、物流與顧客服務等非製造領域，雙方攜手發揮最大效益。

與優秀合作夥伴共創共榮的舞台──「Coupang酷澎CPLB 2025 Win-Win Awards」

2025年2月21日Grand Hyatt酒店舉辦的CPLB Win-Win Awards現場，多位合作的中小企業代表集聚一堂，留下紀念合影

CPLB與中小型製造商的合作，正逐步發展為攜手共榮、共同成長的夥伴關係。Coupang酷澎也持續努力讓中小企業能穩定經營並實現更大的成長。作為這些努力的一環，Coupang酷澎於今年2月舉辦了「Coupang酷澎2025 Win-Win Awards」活動，邀請了超過30家優秀中小合作夥伴出席。

當天到場的企業包括：夢想將「Gomgom冰塊」打入台灣市場、位於京畿道、專門生產高級冰塊的製造商；因供應「Gomgom鯖魚」而成功擴大業務的釜山水產商；與忠北地區農民攜手打造出最高品質米飯的「Gomgom白米」製造商等全國各地的優秀合作廠商。

每家企業皆分享了與CPLB合作所取得的成果，也在這次意義重大的活動中，展現出對未來永續成長的堅定意志。

Gomgom鍋巴供應商、全南羅州大韓食品代表韓允景

參加活動的Gomgom鍋巴供應商、大韓食品代表韓允景代表表示，過去長期以 OEM形式供應商品，但為了在瞬息萬變的市場中生存下來，必須親自開拓線上市場。她說，「自從開始供應CLPB後，銷售額迅速上升，穩定的銷售是像我們這樣的中小企業能夠迎來火箭式成長的轉機。」

此外，供應TamSa洗衣精的金根泰代表也表示：「現在我們已經成長到足以與大型企業在同一舞台上競爭的程度。作為與Coupang酷澎一起打造生活用品的企業，我們將持續精進設備與技術，並全心全意製作出更優質的產品。」

Coupang酷澎今年啟動的CPLB Win-Win Awards活動，未來將定期舉行，以此表彰優秀合作夥伴。Coupang酷澎相信，持續推動這類溝通平台，將有助於CPLB與中小製造商之間建立更堅實的合作關係。

CPLB不僅僅是銷售商品的平台，通過與中小製造商的協作，更是打造出了創造就業、提升營收、刺激地方經濟的良性循環結構。未來，CPLB將持續攜手更多優秀的中小企業，一同開創可持續共榮的未來。

취재 문의